



**JAKOŚĆ  
OBSŁUGI**



Raport specjalny:  
**Miliardy złotych w rękach dzieci**

**OGÓLNOPOLSKIE BADANIE POLSKIEGO PROGRAMU JAKOŚĆ OBSŁUGI**  
dotyczące wpływu dzieci na decyzje zakupowe rodziców

MAJ 2013

## WSTĘP

**96% Polaków potwierdza, że dzieci mają wpływ na decyzje zakupowe rodziców. Dotyczy to nie tylko wartego ponad 2 miliardy złotych rynku zabawek, ale także wartych dziesiątki miliardów złotych zakupów samochodów, mieszkań, mebli, wczasów, a nawet ubrań i kosmetyków dla rodziców!**

Śliczny uśmiech dziecka, słodkie oczy czy drobny komplement mogą zdziałać cuda i wpłynąć na ostateczny wybór produktu dla rodziny. Dlatego firmy prześcigają się w pomysłach na zaistnienie w umysłach młodych konsumentów – i **słusznie, bo jak wynika z badania Polskiego Programu Jakość Obsługi, jest o co walczyć.**

Jak tłumaczą socjologowie, rodzice uwzględniają podczas zakupów zdanie dziecka, ponieważ mają silnie zakorzenione poczucie obowiązku zapewnienia mu szczęśliwego dzieciństwa. Zdaniem psychologów podejmowanie przez dzieci nawet prostych decyzji, jest jednak bardzo ważne, ponieważ uczy je samodzielności i kształtuje osobowość.

**Polski Programu Jakość Obsługi postanowił sprawdzić, jak duży wpływ mają dzieci na decyzje zakupowe swoich rodziców i przy wyborze jakich produktów ich zdanie liczy się najbardziej.**



**Polski Program Jakość Obsługi** to głos milionów konsumentów z całej Polski. Od 2008 roku non-stop, 365 dni w roku, monitoruje poziom jakości obsługi i satysfakcji polskich klientów, wyróżniając najprzyjaźniejsze firmy unikalnym, prestiżowym godłem – **Gwiazdą Jakości Obsługi**. To nowoczesna multiplatforma komunikacji pomiędzy konsumentami a firmami, źródło bezcennych informacji na temat jakości obsługi w Polsce i oczekiwań klientów. Opinie zgłaszane są 365 dni w roku, 24 godziny na dobę, na portalu [www.jakoscobslugi.pl](http://www.jakoscobslugi.pl) oraz za pomocą unikalnej aplikacji mobilnej PREMIA 360.

## METODOLOGIA

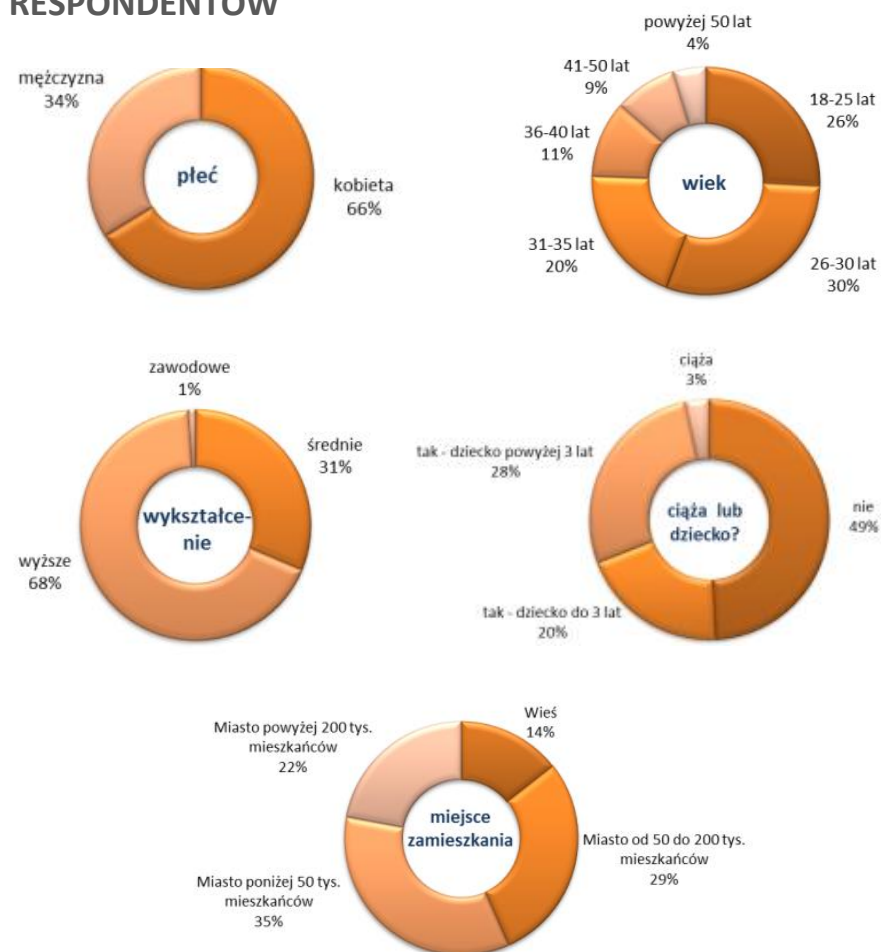
Badanie zostało przeprowadzone przez **Polski Program Jakość Obsługi w maju 2013 roku**, za pomocą kwestionariusza on-line, na **próbie 1.830 dorosłych respondentów**. Niniejszy raport prezentuje II część wyników ogólnopolskiego badania dotyczącego traktowania w Polsce kobiet ciężarnych oraz z małymi dziećmi oraz wpływu dzieci na decyzje zakupowe Polaków.

**Profesjonalizm badania gwarantuje firma VSC, organizator Programu Jakość Obsługi, która od kilkunastu lat specjalizuje się w badaniach mystery shopping, satysfakcji oraz lojalności klientów z przeszło 200 branż.**

W przeprowadzonym badaniu, swoją opinię wyraziło 66% kobiet oraz 34% mężczyzn. Wśród respondentów największą grupę (24%) stanowiły osoby w wieku 26-30 lat z wyższym wykształceniem.

**Ponad połowa ankietowanych posiada dzieci lub jest w ciąży** (w przypadku mężczyzn: ich partnerki/ żony są w ciąży), z czego 40% stanowią osoby z małymi dziećmi, do lat 3. Uzyskane wyniki w 35% pochodzą od respondentów z miast poniżej 50 tys. mieszkańców.

## PROFIL RESPONDENTÓW

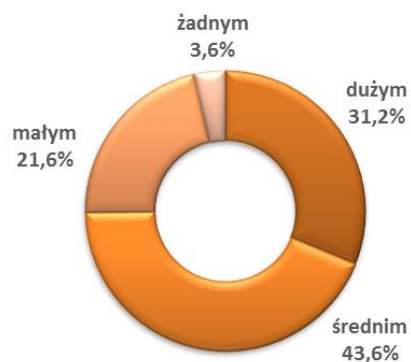


## WYNIKI I WNIOSKI Z BADANIA

### Wpływ dzieci rośnie wraz z wiekiem

Jak wynika z badania Polskiego Programu Jakość Obsługi, dzieci mają realny wpływ na decyzje zakupowe, jakie podejmuje rodzina. **Niemal wszyscy ankietowani (96,4%) uznali, że zdanie dzieci jest uwzględniane podczas zakupów.** 75% respondentów uznało ten wpływ za duży lub średni. Tylko niecałe 4% Polaków uważa, że dzieci nie mają żadnego wpływu na wybór produktów dla rodziny.

W jakim stopniu dzieci mają wpływ na decyzje zakupowe rodziny?



Źródło: Polski Program Jakość Obsługi [www.jakoscobslugi.pl](http://www.jakoscobslugi.pl)

Przeciwnicy podejmowania decyzji przez dzieci podkreślają, że to **rodzice mają większą wiedzę i doświadczenie, aby dokonać optymalnego wyboru.** Decyzja musi być przemyślana i racjonalna, a jak się okazuje, w dzisiejszych czasach bardziej istotny od ceny i jakości jest umieszczony na produkcie motyw ulubionego bohatera bajki.

Badanie Polskiego Programu Jakość Obsługi pokazuje także, że im starsze dziecko, tym silniejszy jest jego wpływ na decyzje zakupowe rodziców. **Respondenci tłumaczą, że większe dzieci mają często znacznie szerszą wiedzę niż rodzice na temat najnowszych produktów na rynku – dotyczy to w szczególności np. telefonów, sprzętu RTV.** Jak twierdzi jedna z respondentek „w dzisiejszych czasach dzieci mają bardzo duży wpływ na decyzje jakie podejmują rodzice. A z kolei rodzice często liczą się ze zdaniem dzieci. Myślę, że wynika to z obecnych czasów, w których dzieci traktuje się jak równych sobie czyli partnerów. Często też dzieci są bardziej obeznane niż rodzice w różnych tematach, a to dzięki dzisiejszej dobie Internetu”.

**Preferencje małych dzieci (do 3 lat) zdaniem ankietowanych nie są uwzględniane przez rodziców w dużym stopniu** – to oni bowiem decydują, co dla ich pociechy będzie najlepsze. Jednocześnie ankietowani zwrócili uwagę na fakt, że **małe dzieci mają swoją tajną broń w „walce” z rodzicami. To emocje.** Śliczny uśmiech, słodkie oczy czy drobny komplement mogą zdziałać cuda. Skuteczny jest także krzyk, płacz i tupanie nogami, czyli wymuszanie zakupu tego, czego „tu i teraz” chcą dzieci. Zdaniem socjologów rodzice często w takich sytuacjach stają się całkowicie bezradni, co sprzyja podejmowaniu nieprzemyślanych decyzji.

Jak pokazują wyniki innego badania polskiego Programu Jakość Obsługi pt. „Matka Polka Niedoceniona”, **codziennością są negatywne reakcje innych klientów czy personelu na niegrzeczne dziecko w sklepie** (6 na 10 ankietowanych było świadkiem złośliwych komentarzy i spojrzeń w ostatnich 12 miesiącach). To tłumaczy, dlaczego rodzicom tak bardzo zależy na jak najszybszym uspokojeniu dziecka poprzez zakup tego, czego w danej chwili się domaga. „Jeśli dziecko zachowuje się niegrzecznie, to często utrudnia podjęcie decyzji. Często też sprawia, że rodzice podejmują decyzje szybko i nieprzemyślane” – podkreśla jedna z ankietowanych.

## Mieszkanie, auto, wczasy? Zapytaj dziecka!

Z badania Polskiego Programu Jakość Obsługi wynika, że dzieci mają **największy wpływ na wybór tych produktów, z których same będą później korzystać** – są to zabawki i żywność (przede wszystkim słodczyce).

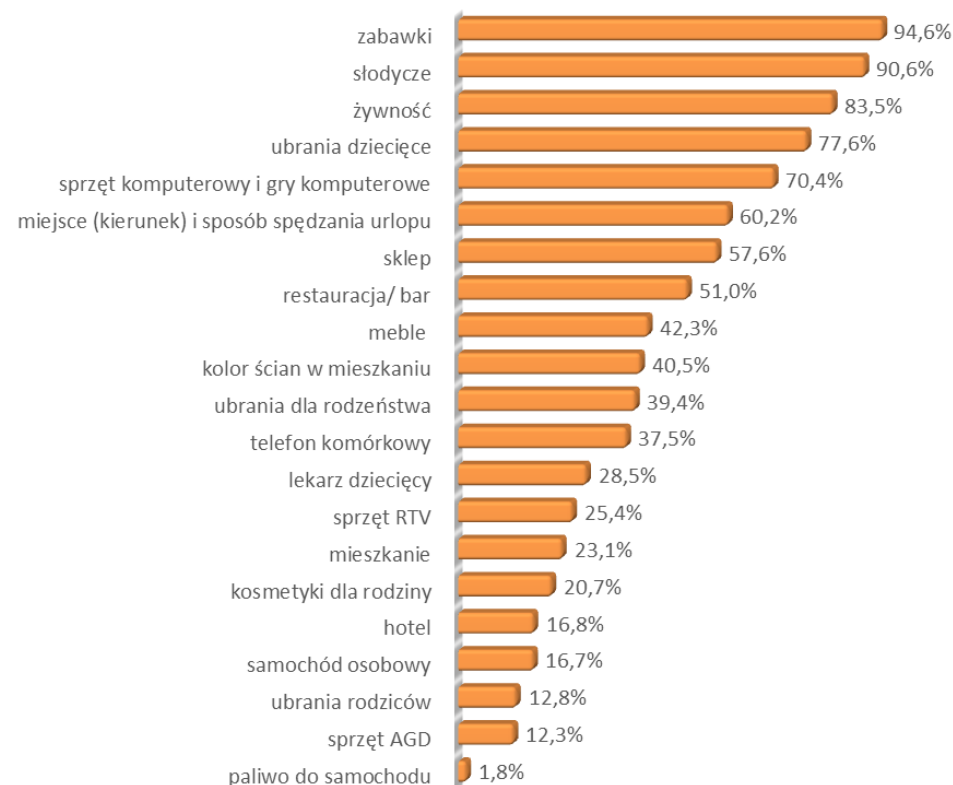
Rodzice uwzględniają także zdanie dzieci przy zakupie **ubranek i gier komputerowych**. Wśród innych, bardziej „nietypowych” wskazań znalazły się np. drzewka do ogrodu, akcesoria do kąpeli, kolor samochodu czy kwiaty w mieszkaniu („*staram się kupować te kwiaty, które dzieci lubią wąchać*”). Dzieci decydują także np. o wyborze platformy telewizyjnej (musi mieć w ofercie ulubione stacje telewizyjne) czy zwierzątko do domu.

**Jak pokazują wyniki badania, aż 6 na 10 Polaków wybierając kierunek wakacyjny uwzględnia opinię swoich dzieci.** Respondenci podkreślają, że dzieci dysponują także dużą siłą perswazji odnośnie **sposobu spędzania wolnego czasu**, ustalając nierzadko harmonogram dnia całej rodziny.

Ponad połowa respondentów przyznała, że dzieci mają nawet wpływ **na wybór sklepu**, w którym rodzina robi zakupy. Gosia, mama dwójki dzieci, przyznaje, że jej córka najbardziej lubi robić zakupy w Biedronce... ponieważ „*tak bardzo kocha biedroneczki*”. W tym zakresie jak widać argumenty i kreatywność dzieci nie mają granic.

Opinia dzieci jest także bardzo istotna podczas **urządzenia mieszkania** – ma wpływ na wybór mebli (42,3%) i nawet kolor ścian (40,5%). **Ponad 2 na 10 respondentów stwierdziło, że sugerują się zdaniem dzieci przy wyborze mieszkania, a 16,7% - samochodu.**

### Na wybór jakich rzeczy dzieci mają wpływ?



Źródło: Polski Program Jakość Obsługi [www.jakoscobslugi.pl](http://www.jakoscobslugi.pl)

---

Jak twierdzi jedna z ankietowanych, „zdanie dziecka ma wpływ na to, jakie produkty żywnościowe kupujemy, jakie ubrania dziecięce, często samo wybiera sobie zabawki. Jego zdanie ma wpływ na to, jak urządzamy mieszkanie (np. kolor ścian). Za każdym razem jednak jego zdanie nie jest ostatecznie decydujące - najczęściej decyzje podejmowane są wspólnie. W odniesieniu do samochodu - w naszej rodzinie zdanie dziecka nie jest decydujące, jednak znam rodzinę, w której dziecko wybiera kolor kupowanego samochodu”.

Podsumowując wyniki badania Polskiego Programu Jakość Obsługi, można stwierdzić, że dzieci mają znaczący wpływ na decyzje zakupowe całej rodziny. Dla większości rodziców kluczowe jest szczęście dziecka, gdyż tylko wtedy sami czują się spełnieni. To jednak oznacza czasem pochopne i nieprzemyślane decyzje podejmowane pod wpływem emocji. Jak się okazuje, opinia dzieci jest ważna nawet przy wyborze mieszkania czy miejsca na wakacje. Być może polskie firmy powinny w związku z tym uważniej przyjrzeć się swoim działaniom marketingowym i skierować je nie tylko do dorosłych, ale też do dzieci.

---

Zachęcamy do zapoznania się  
z I częścią raportu:

**[Matka Polka Niedoceniona](#)**

---



Organizator badania: Polski Program Jakość Obsługi [www.jakoscobslugi.pl](http://www.jakoscobslugi.pl)  
Współpraca merytoryczna: grupa VSC [www.secretclient.com](http://www.secretclient.com)

Więcej informacji na temat badania i Polskiego Programu Jakość Obsługi:  
[program@jakoscobslugi.pl](mailto:program@jakoscobslugi.pl)  
tel. +71 799 89 59 wew. 41